Entscheidung

des Beschwerdeausschusses 1

in der Beschwerdesache 0724/24/1-BA

Ergebnis:	**Beschwerde begründet, öffentliche Rüge, Ziffer 2**
Datum des Beschlusses:	**05.12.2024**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Gegenstand der Beschwerde ist eine Berichterstattung über ein Ranking von Luftverkehrsunternehmen. Sie basiert auf einer Erhebung eines Unternehmens, das Fluggastrechte gegen Airlines durchsetzt. Die Erhebung attestiert den Fluglinien „erheblichen Nachholbedarf in Sachen Servicequalität und Zuverlässigkeit“. In dem Ranking seien 20 der größten europäischen Fluggesellschaften in den Kategorien Zuverlässigkeit, Zahlungsverhalten bei Entschädigungen und Kundenzufriedenheit bewertet worden. Eine britische Fluglinie habe mit 2,09 Sternen die schlechteste Gesamtbewertung erhalten, dahinter sei eine deutsche Fluglinie mit 2,10 Sternen gefolgt. Auch irische, niederländische und italienische Linien seien bei den schlechtesten Airlines zu finden gewesen. Die besten Noten hätten ein französisches Unternehmen mit 3,49 Sternen, ein österreichisches Unternehmen mit 3,25 Sternen und ein deutsches Unternehmen mit 3,21 Sternen erhalten. In den Kategorien habe man zwischen einem und fünf Sternen vergeben können, wobei ein Stern die schlechteste und fünf Sterne die beste Bewertung darstelle. Bei der Zuverlässigkeit habe das Fluggastrechte-Portal etwa die Verspätungs- und Stornierungszahlen ausgewertet, beim Zahlungsverhalten sei es darum gegangen, wie schnell die einzelnen Fluggesellschaften fällige Entschädigungen aufgrund von Flugverspätungen und -stornierungen zahlten. Die Kundenzufriedenheit sei mit einer Umfrage gemessen worden. Die Zufriedenheit sei durchweg gering gewesen – keine der Airlines habe drei Sterne oder mehr erreicht.

II. Der Beschwerdeführer ist der Ansicht, die Berichterstattung verstoße gegen Ziffer 2 des Pressekodex.

Die zugrundeliegende Meldung basiere auf einer PR-Mitteilung eines Unternehmens, das Fluggastrechte gegen Airlines durchsetzt. Die Meldung verstoße gegen die journalistische Sorgfaltspflicht. So sei zu beanstanden, dass (wie etwa in Richtlinie 2.1 des Pressekodex verlangt) die Angaben über die sogenannte Umfrage fehlten (zum Beispiel: Repräsentativität, Zahl/Art der Befragten [nur aus dem Kundenstamm des Unternehmens?], Erhebungszeitraum sowie das beauftragte Institut). Zum anderen sei auffällig, dass die 20 angeblich schlechtesten Fluggesellschaften in der Gesamtbewertung praktisch nur hinter der Kommastelle variierten. Auch werde nicht nach der Größe der Fluggesellschaft unterschieden oder danach, ob es sich um eine Regional-, eine Punkt-zu-Punkt- oder Netzwerkfluggesellschaft handelt. In Verbindung mit dem Agenturprivileg (also der ungeprüften Übernahme der Meldung) führe dies zu erheblichem Schaden und zur Verbrauchertäuschung.

Der Beschwerdeführer hatte sich zunächst als Vertreter eines der betroffenen Luftverkehrsunternehmen an die Beschwerdegegnerin gewandt und mit deren Chefredakteur korrespondiert. Die Beschwerde reichte er dann als Privatperson ein.

III. Zu der Beschwerde nimmt der Chefredakteur der Beschwerdegegnerin Stellung.

Er teilt zunächst mit, er habe noch keine Antwort erhalten auf seinen Antrag vom 30.07.2024, die Beschwerde in der Vorprüfung als erledigt zu betrachten, weil die Beschwerdegegnerin angeboten hatte, mit einer weiteren Meldung dem Kern der Beschwerde – dem Fehlen der Angaben zur Umfragen-Methodik, einem Verstoß gegen die Pressekodex-Richtlinie 2.1 – abzuhelfen und zusätzlich eine Stellungnahme des Beschwerdeführers einzuarbeiten. Dies habe dieser jedoch abgelehnt und um einen Widerruf der Meldung gebeten, wofür es aus Sicht der Beschwerdegegnerin keinen Grund gegeben habe, denn die Meldung sei zwar unvollständig gewesen, aber nicht falsch.

Angesichts der Tatsache, dass man gegenüber dem Beschwerdeführer den Fehler von Anfang an eingestanden, eine berichtigende Meldung angeboten und für die Zukunft Besserung versprochen habe, plädiere man auf Anwendung des § 6 Absatz 4 der Beschwerdeordnung des Presserats. Wie man dem der Stellungnahme beigefügten Mail-Austausch mit dem Beschwerdeführer entnehmen könne, habe man tatsächlich eine ausreichende Wiedergutmachung nach den Kriterien des Presserats angeboten, auf die der Beschwerdeführer nicht eingehe, ansonsten aber (siehe seine Mail von 12:58 Uhr am 11.07.2024) habe er den Eindruck erweckt, als sei die Angelegenheit für ihn nach diesem Austausch erledigt.

Deshalb sei man ziemlich erstaunt darüber gewesen, dass er – nachdem er zuvor in seiner Funktion als Pressesprecher des Fluggastunternehmens gehandelt hatte, für das er arbeitet – nun als Privatmann eine Beschwerde über einen dienstlichen Vorgang führe. Inwieweit dies die Grenze zu unethischem Handeln überschreite, sei eine Frage an die Richtlinien der PR-Verbände. Ihm, so der Chefredakteur, sei bewusst, dass eventuelles unethisches Verhalten eines Beschwerdeführers nicht zwingend zu einem Stopp eines Beschwerdeverfahrens führe, weil der Fokus auf dem Verhalten des angegriffenen Medienunternehmens liege. Der Beschwerdeausschuss werde nach der Lektüre des Mail-Austausches sicher nachvollziehen können, dass die Beschwerdegegnerin ihr Mögliches getan habe, um einen zugestandenen Fehler zu heilen. Nach ihrer Auffassung müsse sich der Beschwerdeführer an das halten, was er als originär mit dem Vorgang Befasster geäußert habe; eine Beschwerde als Privatmann über einen Vorgang, den er dienstlich begleitet und für erledigt erklärt habe, halte man für missbräuchlich.

Auf Nachfrage durch den Presserat, ob die vom Beschwerdeführer beanstandete Meldung korrigiert bzw. ergänzt wurde, verneint der Chefredakteur. Da der Beschwerdeführer sich erst am nächsten Tag nach der Veröffentlichung der Meldung bei der Redaktion gemeldet habe, habe man auf eine Korrektur verzichtet. Mit einer Reaktion des Unternehmens, für das der Beschwerdeführer arbeite, hätte man eine neue Meldung zum gleichen Thema machen können, in der die Zusatzangaben zur Methodik der Umfrage hätten aufgenommen werden können. Eine solche Meldung mit für die Medienkunden erkennbar frischem Inhalt hätte Abdruck- bzw. Pickup-Chancen gehabt. Ansonsten „versende“ sich eine Korrektur leicht, wenn sie erst am Folgetag oder später geschickt wird, weil dann die Ausgangsmeldung meist nicht mehr online vorgehalten würde und Zeitungen in der Regel nur bei wichtigen Korrekturen ein Neuabdruck erwögen. Weil der Beschwerdeführer für seinen Arbeitgeber aber kein Statement zum Inhalt der Meldung mehr habe abgeben wollen, sei für die Beschwerdegegnerin der Korrekturdruck entfallen. Es stehe jedoch außer Frage, dass man die Meldung – um weitere Angaben zur Umfrage-Methodik ergänzt – hätte schicken sollen.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Die Mitglieder des Beschwerdeausschusses sind übereinstimmend der Auffassung, dass die Beschwerde begründet ist. Die Berichterstattung verstößt gegen Ziffer 2, Richtlinie 2.1 des Pressekodex.

Richtlinie 2.1 des Pressekodex bestimmt, dass bei der Veröffentlichung von Umfrageergebnissen die Presse die Zahl der Befragten, den Zeitpunkt der Befragung, den Auftraggeber sowie die Fragestellung mitteilt. Zugleich muss mitgeteilt werden, ob die Ergebnisse repräsentativ sind.

Die Erhebung, auf der die Berichterstattung beruht, stammt von einem Unternehmen, das Fluggastrechte gegen Airlines durchsetzt. Das Unternehmen machte in der Erhebung Angaben zu Repräsentativität, Anzahl der Befragten, Erhebungszeitraum sowie dem Umstand, dass es sich bei den Befragten um Kundinnen und Kunden des Fluggastrechte-Portals handelte. Diese Informationen lagen der Redaktion vor, wurden in der Agenturmeldung aber nicht veröffentlicht.

Das Weglassen dieser zum Verständnis der Erhebung erforderlichen Informationen in der Agenturmeldung stellt einen schweren Verstoß gegen Ziffer 2, Richtlinie 2.1. des Pressekodex dar. Ohne Angaben zur Zahl der Befragten, zum Zeitpunkt der Befragung und dazu, ob es sich bei den Befragten um Kunden des Unternehmens handelt und ob die Ergebnisse repräsentativ sind, ist die Erhebung nicht aussagekräftig. Die Mängel in der Berichterstattung sind besonders eklatant, weil die dafür verwendete Erhebung von einem Unternehmen stammt, das mit den von der Erhebung betroffenen Unternehmen in einem antagonistischen Verhältnis steht. Umso wichtiger wäre es gewesen, Leserinnen und Lesern die für das Verständnis der Agenturmeldung erforderlichen Informationen zu liefern.

Der Beschwerdegegnerin waren die Mängel der Berichterstattung bekannt. Dennoch blieb eine Korrektur bzw. nachträgliche Ergänzung der Agenturmeldung aus. Nach der Spruchpraxis der Beschwerdeausschüsse müssen Fehler in der redaktionellen Berichterstattung jedoch unmittelbar nach Bekanntwerden von sich aus korrigiert werden. Eine Korrektur darf nicht vom Verhalten Dritter abhängig gemacht werden.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde wegen eines Verstoßes gegen Ziffer 2 des Pressekodex für begründet. Presseethisch bewertet der Ausschuss den Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze als so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 der Beschwerdeordnung eine öffentliche Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, die Rüge gemäß Ziffer 16 Pressekodex zeitnah zu veröffentlichen.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht einstimmig. Die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergeht mit 4 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimme.

Ziffer 2 – Sorgfalt
Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.
Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

Richtlinie 2.1 – Umfrageergebnisse
Bei der Veröffentlichung von Umfrageergebnissen teilt die Presse die Zahl der Befragten, den Zeitpunkt der Befragung, den Auftraggeber sowie die Fragestellung mit. Zugleich muss mitgeteilt werden, ob die Ergebnisse repräsentativ sind.
Sofern es keinen Auftraggeber gibt, soll vermerkt werden, dass die Umfragedaten auf die eigene Initiative des Meinungsbefragungsinstituts zurückgehen.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter
https://www.presserat.de/pressekodex.html / https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html